

# PRETEXTO

Publicação Trimestral da  
FACE/FUMEC

ISSN 1517-672 X (Revista impressa)

VOLUME XVII | N 4 | OUT/DEZ | 2016

ISSN 1984-6983 (Revista online)



**FUNDAÇÃO MINEIRA DE EDUCAÇÃO E CULTURA**  
**FUMEC**



Presidente:

**Prof. Tiago Fantini Magalhães**

**UNIVERSIDADE FUMEC**

Reitor:

**Prof. Dr. Fernando de Melo Nogueira**

Vice-Reitor e Pró-Reitor de Graduação:

**Prof. Guilherme Guazzi Rodrigues**

Pró-Reitora de Pós-Graduação, Pesquisa e Extensão:

**Profa. Dra. Maria Lécia Firpe Penna**

Pró-Reitor de Planejamento e Administração:

**Prof. Márcio Dario da Silva**

**FACE – FUMEC**

Diretor Geral:

**Prof. Marco Túlio de Freitas**

Diretor de Ensino:

**Profa. Renata de Sousa da Silva Tolentino**

**FICHA TÉCNICA**

Endereço para correspondência

FACE-FUMEC - R. Cobre, 200 | Cruzeiro | 30310-190

Belo Horizonte-MG

Site | [www.fumec.br](http://www.fumec.br)

Email | [pretexto@fumec.br](mailto:pretexto@fumec.br)

**REVISTA PRETEXTO**

Editores: Prof. Dr. Alexandre Teixeira Dias – Editor-Chefe

Prof. Dr. Cid Gonçalves Filho

**CONSELHO EDITORIAL**

Alexandre Teixeira Dias	Universidade FUMEC (Belo Horizonte, Minas Gerais, Brasil)
Astor Eugênio Hexsel	Universidade do Vale do Rio dos Sinos (São Leopoldo, Rio Grande do Sul, Brasil)
Cid Gonçalves Filho	Universidade FUMEC (Belo Horizonte, Minas Gerais, Brasil)
Cláudia Rosa Acevedo	Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas (São Paulo, São Paulo, Brasil)
Daniel Jardim Pardini	Universidade FUMEC (Belo Horizonte, Minas Gerais, Brasil)
Edmilson Lima	Universidade Nove de Julho (São Paulo, São Paulo, Brasil)
Guilherme Cunha Malafaia	Universidade de Caxias do Sul (Caxias do Sul, Rio Grande do Sul, Brasil)
Hilka Vier Machado	Universidade Estadual de Maringá (Maringá, Paraná, Brasil)
Jersone Tasso Moreira Silva	Universidade FUMEC (Belo Horizonte, Minas Gerais, Brasil)
Márcio Augusto Gonçalves	Universidade Federal de Minas Gerais (Belo Horizonte, Minas Gerais, Brasil)
Maria Aparecida Gouvea	Universidade de São Paulo (São Paulo, São Paulo, Brasil)
Pelayo Munhoz Olea	Universidade de Caxias do Sul (Caxias do Sul, Rio Grande do Sul, Brasil)
Ricardo Teixeira Veiga	Universidade Federal de Minas Gerais (Belo Horizonte, Minas Gerais, Brasil)
Simone Vasconcelos Galina	Universidade de São Paulo (Ribeirão Preto, São Paulo, Brasil)
Suzana Braga Rodrigues	Universidade FUMEC (Belo Horizonte, Minas Gerais, Brasil)

**MISSÃO**

A Revista Pretexto, publicada trimestralmente, é uma iniciativa da FACE-FUMEC com a finalidade de publicar e disseminar pesquisas empíricas e ensaios, já finalizados ou em fase de finalização, de modo a disseminar conhecimento. Também visa a criar um debate e a contribuir para a formação de gestores e para seu desenvolvimento.

PRETEXTO, v. XVII, n. 4, 2016 – \_ Belo Horizonte

Face-Fumec, 2016

v; ilust. 21x28 cm

Trimestral

ISSN 1517-672x

1. Administração - Periódicos. 2. Informática - Periódicos. 3. Contabilidade - Periódicos. I Face-Fumec, ed.

# EDITORIAL

## Prezados leitores

A fim de expandir os negócios, muitas empresas tomam a destemida decisão de abrir mercado e internacionalizar as suas operações. Os autores do primeiro artigo abordam os fatores que potencializaram a decisão da empresa Germani Alimentos em atuar no mercado internacional. Os resultados mostram que os incentivos governamentais para a exportação influenciaram a empresa a buscar a internacionalização, como alternativa de desenvolvimento.

O setor da construção civil é um dos mais dinâmicos setores da economia brasileira, impactando toda a complexa cadeia de atividades ligadas à construção, como, por exemplo, a produção de cimento. O objetivo dos autores do segundo artigo foi desenvolver um modelo multicritério para apoiar a compra de uma linha de ensacamento e paletização de pós para uma indústria de cimentos e derivados. O resultado é apresentado por meio de um ranking das alternativas estudadas e as implicações deste. Concluiu-se que os resultados apresentados foram satisfatórios devido à robustez e a implicação prática dos mesmos.

O objetivo do terceiro artigo é investigar as percepções do consumidor ao avaliar a tecnologia de internet móvel, identificando os fatores que promovem a adoção deste serviço. Os resultados destacam o papel da atitude como mediadora na explicação da intenção de uso da internet móvel. Além disso, a atitude foi notadamente mais influenciada pela utilidade percebida do que pela diversão percebida ou facilidade de uso percebida, com o nível de preço percebido não apresentando nenhum efeito significativo.

O quarto artigo trata da relação entre práticas inovadoras e estilo de liderança na gestão pública municipal. Os resultados indicam que as experiências promoveram a integração das áreas e de esferas de governos, indicando a possibilidade de replicação, porém restritas as poucas políticas. O estilo de liderança foi considerado positivo para a adoção das práticas. Conclui que as práticas criativas e inovadoras dependem do estilo da liderança do gestor, do ambiente institucional, da legitimidade da organização e da autoridade conferida ao gestor.

Partindo do pressuposto de que a cultura organizacional gera expectativas quanto a comportamentos nas organizações, a temática do quinto artigo enquadra-se no campo de estudo de gestão de pessoas e apresenta uma abordagem teórico-empírica que tem o objetivo de analisar eventuais fragilidades teóricas causadas pela negligência do impacto da cultura organizacional na composição das dimensões culturais de Hofstede. Os resultados sugerem que, na medida em que a cultura organizacional de um determinado setor gera entendimentos partilhados e um senso comum que influencia os comportamentos no ambiente organizacional, deve ser considerada de forma complementar à abordagem das dimensões culturais de Hofstede, a qual não observa este aspecto nas suas proposições.

Os autores do sexto artigo estabeleceram como objetivo analisar as políticas públicas e as políticas organizacionais de formação de professores do ensino superior para o papel de professor-gestor. Como resultado os autores apontam uma lacuna de políticas públicas e organizacionais para formação de professores-gestores na Universidade Federal do Vale do São Francisco (UNIVASF). Importa reconhecer que sem políticas públicas e políticas organizacionais voltadas à formação de professores com competências gerenciais, dificilmente os dirigentes da Instituição desempenharão bem seu papel de gestor.

O trabalho que finaliza este número é um caso de ensino, no qual os autores apresentam as estratégias de negócios adotadas por uma pequena empresa de equipamentos eletrônicos, em um contexto de interferências políticas, decorrentes de mudanças vivenciadas a cada troca de gestão do seu principal cliente. O caso possibilita ao professor explorar temas como estratégia empresarial, mudança organizacional e tomada de decisões estratégicas. Após a análise da situação apresentada, os alunos são convidados a discutir sobre o papel do gestor, propondo estratégias para a tomada de decisão. O caso é finalizado com notas de ensino e sugestões de aplicação em aula.

Caros leitores, esperamos que a leitura dos artigos seja proveitosa e agradável e que o caso de ensino possa contribuir para o enriquecimento das disciplinas ministradas.

Prof. Dr. Alexandre Teixeira Dias  
Prof. Dr. Cid Gonçalves Filho  
Editores

<http://dx.doi.org/10.21714/pretexto.v17i4.5030>

# SUMÁRIO

## EDITORIAL 3

FATORES INFLUENCIADORES DO  
PROCESSO DE INTERNACIONALIZAÇÃO: O  
CASO DE UM COMPLEXO INDUSTRIAL  
ALIMENTÍCIO BRASILEIRO 11

DIEGO ECHEVENGUA BORGES, MARÍNDIA  
BRACHAK DOS SANTOS, VANESSA ALMEIDA  
DA SILVA, MARIA CAROLINA SERPA  
FAGUNDES DE OLIVEIRA, FLAVIA LUCIANE  
SCHERER, MAÍRA NUNES PIVETA

APOIO À DECISÃO DE COMPRA NA  
INDÚSTRIA DE CIMENTOS E DERIVADOS 28

RENAN FELINTO DE FARIAS AIRES,  
LEONARDO GEVEZIER BRAGA, JOSE CAMELO  
SILVEIRA NETO, AFRÂNIO GALDINO DE  
ARAÚJO

FATORES QUE AFETAM A ADOÇÃO DA  
INTERNET MÓVEL 47

JORGE BRANTES FERREIRA, JORGE FERREIRA  
DA SILVA, CRISTIANE JUNQUEIRA  
GIOVANNINI, FERNANDA LEÃO RAMOS

PRÁTICAS INOVADORAS E ESTILO DE  
LIDERANÇA NA GESTÃO PÚBLICA  
MUNICIPAL PARAENSE 65

MILTON CORDEIRO FARIAS FILHO, SHIRLE  
MEIRA MIRANDA

CULTURA ORGANIZACIONAL COMO  
FATOR COMPLEMENTAR ÀS DIMENSÕES  
CULTURAIS DE HOFSTEDE 81

RODRIGO MOREIRA CASAGRANDE, DENISE  
DEL PRÁ NETTO MACHADO

POLÍTICAS PÚBLICAS E POLÍTICAS  
ORGANIZACIONAIS PARA FORMAÇÃO DE  
PROFESSORES-GESTORES DO ENSINO  
SUPERIOR 95

MILKA ALVES CORREIA BARBOSA, JOSÉ  
RICARDO COSTA MENDONÇA, FERNANDA  
RODA DE SOUZA ARAÚJO CASSUNDÉ

A CHAPA PERDEU, E AGORA?  
O CASO DA EMPRESA PONTO CERTO  
EQUIPAMENTOS DE INFORMÁTICA 111

AMANDA PATERNO SBISSA, PATRINÊS  
APARECIDA FRANÇA ZONATTO, SIDNEI  
VIEIRA MARINHO, ANETE ALBERTON

## INTERNACIONALIZAÇÃO

### FATORES INFLUENCIADORES DO PROCESSO DE INTERNACIONALIZAÇÃO: O CASO DE UM COMPLEXO INDUSTRIAL ALIMENTÍCIO BRASILEIRO

DIEGO ECHEVENGUA BORGES, MARÍNDIA BRACHAK DOS SANTOS, VANESSA ALMEIDA DA SILVA, MARIA CAROLINA SERPA FAGUNDES DE OLIVEIRA, FLAVIA LUCIANE SCHERER, MAÍRA NUNES PIVETA

<http://dx.doi.org/10.21714/pretexto.v17i4.3469>

A fim de expandir os negócios, muitas empresas tomam a destemida decisão de abrir mercado e internacionalizar as suas operações. Desta forma, o objetivo deste estudo consiste em analisar os fatores que potencializaram a decisão da empresa Germani Alimentos em atuar no mercado internacional. Ademais, o estudo dedica-se na descrição das especificidades macroambientais e institucionais que podem exercer influência na decisão de internacionalizar. Para tanto, foi realizada uma pesquisa descritiva com abordagem qualitativa, por meio de um estudo de caso. Os dados foram coletados por intermédio de entrevistas aplicadas junto aos gestores empresa, bem como a análise de dados secundários. Os resultados mostram que os incentivos governamentais para a exportação influenciaram a empresa a buscar a internacionalização, como alternativa de desenvolvimento.

## MARKETING

### FATORES QUE AFETAM A ADOÇÃO DA INTERNET MÓVEL

JORGE BRANTES FERREIRA, JORGE FERREIRA DA SILVA, CRISTIANE JUNQUEIRA GIOVANNINI, FERNANDA LEÃO RAMOS

<http://dx.doi.org/10.21714/pretexto.v17i4.3643>

Esta pesquisa tem como objetivo investigar as percepções do consumidor ao avaliar a tecnologia de internet móvel, identificando os fatores que promovem a adoção deste serviço. É utilizada uma extensão do Modelo de Aceitação de Tecnologia (DAVIS, 1989), incorporando outros antecedentes que a literatura indica como relevantes para a avaliação do consumidor de serviços de internet móvel (como experiência com a internet, qualidade de conteúdo percebida, diversão percebida, qualidade do sistema percebida e nível de preço percebido). O teste das hipóteses foi feito utilizando equações estruturais com uma amostra de 305 consumidores. Os resultados destacam o papel da atitude como mediadora na explicação da intenção de uso da internet móvel. Além disso, a atitude foi notadamente mais influenciada pela utilidade percebida do que pela diversão percebida ou facilidade de uso percebida, com o nível de preço percebido não apresentando nenhum efeito significativo.

## MARKETING

### APOIO À DECISÃO DE COMPRA NA INDÚSTRIA DE CIMENTOS E DERIVADOS

RENAN FELINTO DE FARIAS AIRES, LEONARDO GEVEZIER BRAGA, JOSE CAMELO SILVEIRA NETO, AFRÂNIO GALDINO DE ARAÚJO

<http://dx.doi.org/10.21714/pretexto.v17i4.3480>

O setor da construção civil é um dos mais dinâmicos setores da economia brasileira, impactando toda a complexa cadeia de atividades ligadas à construção, como, por exemplo, a produção de cimento. Assim, todas as indústrias ligadas à produção desse material necessitam tomar decisões da melhor maneira de forma a competirem no acirrado mercado brasileiro de cimento - quarto maior produtor do mundo. Por conta disso, o objetivo deste estudo é desenvolver um modelo multicritério para apoiar a compra de uma linha de ensacamento e paletização de pós para uma indústria de cimentos e derivados. Para isso, este estudo de caso exploratório empregou o método ELECTRE II ao problema a partir de quatro critérios. O resultado é apresentado por meio de um ranking das alternativas estudadas e as implicações deste. Concluiu-se que os resultados apresentados foram satisfatórios devido à robustez e a implicação prática dos mesmos.

## GESTÃO PÚBLICA

### PRÁTICAS INOVADORAS E ESTILO DE LIDERANÇA NA GESTÃO PÚBLICA MUNICIPAL PARAENSE

MILTON CORDEIRO FARIAS FILHO, SHIRLE MEIRA MIRANDA

<http://dx.doi.org/10.21714/pretexto.v17i4.3577>

Este artigo trata da relação entre práticas inovadoras e estilo de liderança na gestão pública municipal. A literatura internacional vem demonstrando essa relação, centrando as análises em variáveis internas (organização, perfil do gestor) e externas (sistema político, desenho institucional). O objetivo da pesquisa foi verificar de que forma o estilo de liderança do gestor influencia a adoção de práticas inovadoras. Foram selecionadas quatro práticas inovadoras adotadas em três municípios de diferentes regiões do estado do Pará. Como procedimento foi feita análise de documentos sobre as práticas inovadoras adotadas, um levantamento do tipo survey com 69 servidores e entrevista com gestores (secretários e prefeitos). Os resultados indicam que as experiências promoveram a integração das áreas e de esferas de governos, indicando a possibilidade de replicação, porém restritas as poucas políticas. O estilo de liderança foi considerado positivo para a adoção das práticas. Conclui que as práticas criativas e inovadoras dependem do estilo da liderança do gestor, do ambiente institucional, da legitimidade da organização e da autoridade conferida ao gestor.

### CULTURA ORGANIZACIONAL COMO FATOR COMPLEMENTAR ÀS DIMENSÕES CULTURAIS DE HOFSTEDE

RODRIGO MOREIRA CASAGRANDE, DENISE DEL PRÁ NETTO MACHADO

<http://dx.doi.org/10.21714/pretexto.v17i4.3126>

Partindo do pressuposto de que a cultura organizacional gera expectativas quanto a comportamentos nas organizações, a temática deste trabalho enquadra-se no campo de estudo de gestão de pessoas e apresenta uma abordagem teórico-empírica que tem o objetivo de analisar eventuais fragilidades teóricas causadas pela negligência do impacto da cultura organizacional na composição das dimensões culturais de Hofstede. Utilizou-se como metodologia uma análise descritiva com base nos resultados obtidos em estudos realizados em três organizações: uma cooperativa de crédito, um banco e um hospital. Os resultados sugerem que, na medida em que a cultura organizacional de um determinado setor gera entendimentos compartilhados e um senso comum que influencia os comportamentos no ambiente organizacional, deve ser considerada de forma complementar à abordagem das dimensões culturais de Hofstede, a qual não observa este aspecto nas suas proposições.

## GESTÃO PÚBLICA

### POLÍTICAS PÚBLICAS E POLÍTICAS ORGANIZACIONAIS PARA FORMAÇÃO DE PROFESSORES-GESTORES DO ENSINO SUPERIOR

MILKA ALVES CORREIA BARBOSA, JOSÉ RICARDO COSTA MENDONÇA, FERNANDA RODA DE SOUZA ARAÚJO CASSUNDÉ

<http://dx.doi.org/10.21714/pretexto.v17i4.3513>

Sabe-se que na maioria dos casos, os atuais gestores da educação não foram preparados para assumir o papel de gestor em instituições de ensino superior (IES). Diante disso, esperava-se que houvesse políticas públicas (PP) e políticas organizacionais (PO) voltadas ao desenvolvimento de competências gerenciais de professores de ensino superior. O presente trabalho teve como objetivo analisar as políticas públicas e as políticas organizacionais de formação de professores do ensino superior para o papel de professor-gestor. O estudo adotou uma perspectiva predominantemente qualitativa. O campo empírico da pesquisa foi a Universidade Federal do Vale do São Francisco (UNIVASF) e a coleta de dados deu-se via pesquisa documental. Os dados analisados apontam uma lacuna de políticas públicas e organizacionais para formação de professores-gestores na UNIVASF. Importa reconhecer que sem políticas públicas e políticas organizacionais voltadas à formação de professores com competências gerenciais, dificilmente os dirigentes da Instituição desempenharão bem seu papel de gestor.

### A CHAPA PERDEU, E AGORA? O CASO DA EMPRESA PONTO CERTO EQUIPAMENTOS DE INFORMÁTICA

AMANDA PATERNO SBISSA, PATRINÊS APARECIDA FRANÇA ZONATTO, SIDNEI VIEIRA MARINHO, ANETE ALBERTON

<http://dx.doi.org/10.21714/pretexto.v17i4.3474>

Este caso de ensino apresenta as estratégias de negócios adotadas por uma pequena empresa de equipamentos eletrônicos, em um contexto de interferências políticas, decorrentes de mudanças vivenciadas a cada troca de gestão do seu principal cliente. A empresa, denominada neste estudo como Ponto Certo, necessitou se reposicionar no mercado frente ao impacto de tais mudanças. Situações como estas estão presentes no cotidiano de muitas empresas, que, quando ocorrem, precisam se posicionar e alinhar suas estratégias de negócios frente a um ambiente organizacional com grandes mudanças políticas, sociais, tecnológicas e culturais. Nestes casos, as grandes decisões referentes a essas mudanças ficam a cargo do proprietário ou gestor principal da organização, que objetiva o crescimento e desenvolvimento de sua empresa. O caso possibilita ao professor explorar temas como estratégia empresarial, mudança organizacional e tomada de decisões estratégicas. Após a análise da situação apresentada, os alunos são convidados a discutir sobre o papel do gestor, propondo estratégias para a tomada de decisão. O caso é finalizado com notas de ensino e sugestões de aplicação em aula.

# EDITORIAL

## Dear readers

In order to expand business many companies take the bold decision to open market and internationalize its operations. In this way, the aim of the authors of the first article is to analyze the factors that have strengthened Germani foods the decision in acting on the international market. The results show that the Government incentives for the company to seek export influenced the internationalization as an alternative..

The civil construction sector is one of the most dynamic sectors of the Brazilian economy, impacting the entire complex chain of activities related to construction, like, for example, cement production. The aim of the authors of the second article is to develop a multi-criteria model to support buying a line of powders bagging and palletizing for a cement and derivatives industry. The result is showed by means of a ranking of the studied alternatives and the implications of this. It was concluded that these results were satisfactory due to the robustness and the practical implication thereof.

The authors of the third study aim to investigate consumers' perceptions regarding the adoption of mobile internet, identifying factors that might affect the use of this service. The results strengthen the notion that attitude fully mediates the relationship of the other constructs with the intention to use mobile internet services, with perceived usefulness presenting stronger effects on attitude than perceived ease of use or perceived playfulness, while perceived price level didn't present any significant effect.

The fourth article of this issue deals with the relationship between innovative practice and leadership style in municipal management. The objective of the research was to check how the manager's leadership style influences the adoption of innovative practices. The results indicate that the experiences promoted the integration of the areas and levels of government, indicating the possibility of replication, but restricted to a few policies. The leadership style was considered positive for the adoption of practices. Concludes that the creative and innovative practices depend on the leadership style of the manager, the institutional environment, the legitimacy of the organization and authority vested in the manager.

Assuming that the organizational culture generates expectations of behavior in organizations, the theme of the fifth article is part of the field of study of human resources management and presents a theoretical and empirical approach that aims to analyze possible theoretical weaknesses caused by the negligence of the impact of organizational culture on the composition of the Hofstede's cultural dimensions. The results suggest that organizational culture of a particular industry generates shared understanding and a common sense that influences the behaviors in the organizational environment. Therefore, organizational culture should be considered in Hofstede's cultural dimensions, which does not observe this aspect in their propositions.

The authors of the sixth study aimed to analyze public and organizational policies for the teachers training to the role of academic-manager. Data analysis showed a gap of public and organizational policies to train teachers for management from Universidade Federal do Vale do São Francisco (UNIVASF). Results point that without public and organizational policies related to teacher education with managerial skills, hardly the UNIVASF leaders would play well their role as academic manager.

The work that close this issue is a teaching case. Authors present the business strategies adopted by a small business electronic equipment, in a context of political interference, resulting from changes experienced at each change of its main customer management. The case enables the teacher to explore issues such as corporate strategy, organizational change and strategic decision making. After analyzing the situation presented, students are invited to discuss the role of the manager, proposing strategies for decision making. The case is finished with teaching notes and application suggestions in class.

Dear readers, we hope you appreciate the papers and that the teaching case could enrich your classes.

Prof. Dr. Alexandre Teixeira Dias

Prof. Dr. Cid Gonçalves Filho

Editores

<http://dx.doi.org/10.21714/pretexto.v17i4.5030>

# CONTENTS

## EDITORIAL 3

FACTORS INFLUENCING THE  
INTERNATIONALIZATION PROCESS: THE  
CASE OF A BRAZILIAN COMPLEX  
INDUSTRIAL FOOD 11

DIEGO ECHEVENGUA BORGES, MARÍNDIA  
BRACHAK DOS SANTOS, VANESSA ALMEIDA  
DA SILVA, MARIA CAROLINA SERPA  
FAGUNDES DE OLIVEIRA, FLAVIA LUCIANE  
SCHERER, MAÍRA NUNES PIVETA

SUPPORT PURCHASE DECISION IN  
CEMENT INDUSTRY AND DERIVATIVES 28

RENAN FELINTO DE FARIAS AIRES,  
LEONARDO GEVEZIER BRAGA, JOSE CAMELO  
SILVEIRA NETO, AFRÂNIO GALDINO DE  
ARAÚJO

FACTORS THAT AFFECT MOBILE INTERNET  
ACCEPTANCE 47

JORGE BRANTES FERREIRA, JORGE FERREIRA  
DA SILVA, CRISTIANE JUNQUEIRA  
GIOVANNINI, FERNANDA LEÃO RAMOS

LEADERSHIP STYLE AND INNOVATIVE  
PRACTICES IN MUNICIPAL PUBLIC  
MANAGEMENT 65

MILTON CORDEIRO FARIAS FILHO, SHIRLE  
MEIRA MIRANDA

ORGANIZATIONAL CULTURE AS A  
SUPPLEMENTARY FACTOR OF HOFSTEDE'S  
CULTURAL DIMENSIONS 81

RODRIGO MOREIRA CASAGRANDE, DENISE  
DEL PRÁ NETTO MACHADO

PUBLIC POLICIES AND ORGANIZATIONAL  
POLICIES FOR TRAINING ACADEMIC-  
MANAGER OF HIGHER EDUCATION 95

MILKA ALVES CORREIA BARBOSA, JOSÉ  
RICARDO COSTA MENDONÇA, FERNANDA  
RODA DE SOUZA ARAÚJO CASSUNDÉ

THE PLATE LOST, WHAT NOW?  
THE CASE OF COMPANY PONTO CERTO  
COMPUTER EQUIPMENT 111

AMANDA PATERNO SBISSA, PATRINÊS  
APARECIDA FRANÇA ZONATTO, SIDNEI  
VIEIRA MARINHO, ANETE ALBERTON



## INTERNATIONALIZATION

### FACTORS INFLUENCING THE INTERNATIONALIZATION PROCESS: THE CASE OF A BRAZILIAN COMPLEX INDUSTRIAL FOOD

DIEGO ECHEVENGUA BORGES, MARÍNDIA BRACHAK DOS SANTOS, VANESSA ALMEIDA DA SILVA, MARIA CAROLINA SERPA FAGUNDES DE OLIVEIRA, FLAVIA LUCIANE SCHERER, MAÍRA NUNES PIVETA

<http://dx.doi.org/10.21714/pretexto.v17i4.3469>

*In order to expand business many companies take the bold decision to open market and internationalize its operations. In this way, the aim of this study is to analyze the factors that have strengthened the company's decision Germani foods in acting on the international market. Furthermore, the study is dedicated to the description of the specific macroenvironmental and institutional particularities that may exert influence on the decision to internationalize. To this end, a descriptive research with qualitative approach, through a case study. The data were collected through interviews with company managers applied, as well as the analysis of secondary data. The results show that the Government incentives for the company to seek export influenced the internationalization as an alternative.*

## MARKETING

### SUPPORT PURCHASE DECISION IN CEMENT INDUSTRY AND DERIVATIVES

RENAN FELINTO DE FARIAS AIRES, LEONARDO GEVEZIER BRAGA, JOSE CAMELO SILVEIRA NETO, AFRÂNIO GALDINO DE ARAÚJO

<http://dx.doi.org/10.21714/pretexto.v17i4.3480>

*The civil construction sector is one of the most dynamic sectors of the Brazilian economy, impacting the entire complex chain of activities related to construction, like, for example, cement production. So, all industries involved in the production of this material need to make decisions in the best way in order to compete in the competitive Brazilian cement market - fourth largest producer in the world. Because of this, the aim of this is to develop a multi-criteria model to support buying a line of powders bagging and palletizing for a cement and derivatives industry. For this, this exploratory case study, used the ELECTRE II method to the problem based on four criteria. The result is showed by means of a ranking of the studied alternatives and the implications of this. It was concluded that these results were satisfactory due to the robustness and the practical implication thereof.*

## MARKETING

### FACTORS THAT AFFECT MOBILE INTERNET ACCEPTANCE

JORGE BRANTES FERREIRA, JORGE FERREIRA DA SILVA, CRISTIANE JUNQUEIRA GIOVANNINI, FERNANDA LEÃO RAMOS

<http://dx.doi.org/10.21714/pretexto.v17i4.3643>

*This study aims to investigate consumers' perceptions regarding the adoption of mobile internet, identifying factors that might affect the use of this service. To evaluate this, an extension of the Technology Acceptance Model (DAVIS, 1989) is used, incorporating other antecedents that the literature indicates as relevant in the consumer's evaluation of mobile data services (such as internet experience, perceived content quality, perceived system quality, perceived playfulness and perceived price level). To test the proposed hypothesis, the study conducted a survey of 305 consumers, evaluating the data through structural equation modeling. The obtained results strengthen the notion that attitude fully mediates the relationship of the other constructs with the intention to use mobile internet services, with perceived usefulness presenting stronger effects on attitude than perceived ease of use or perceived playfulness, while perceived price level didn't present any significant effect.*

## STATE OWNED ORGANIZATIONS MANAGEMENT

### LEADERSHIP STYLE AND INNOVATIVE PRACTICES IN MUNICIPAL PUBLIC MANAGEMENT

MILTON CORDEIRO FARIAS FILHO, SHIRLE MEIRA MIRANDA

<http://dx.doi.org/10.21714/pretexto.v17i4.3577>

*This article deals with the relationship between innovative practice and leadership style in municipal management. The international literature has demonstrated this relationship by focusing the analysis on internal variables (organization manager profile) and external (political system, institutional drawing). The objective of the research was to check how the manager's leadership style influences the adoption of innovative practices. Were selected four innovative practices in three municipalities in different regions of the state of Pará. Data collection procedure were done by means of documents on innovative practices, a survey with 69 servers and interviews with managers (secretaries and mayors). The results indicate that the experiences promoted the integration of the areas and levels of government, indicating the possibility of replication, but restricted to a few policies. The leadership style was considered positive for the adoption of practices. Concludes that the creative and innovative practices depend on the leadership style of the manager, the institutional environment, the legitimacy of the organization and authority vested in the manager.*

## ORGANIZATIONAL CULTURE

### ORGANIZATIONAL CULTURE AS A SUPPLEMENTARY FACTOR OF HOFSTEDÉ'S CULTURAL DIMENSIONS

RODRIGO MOREIRA CASAGRANDE, DENISE DEL PRÁ NETTO MACHADO

<http://dx.doi.org/10.21714/pretexto.v17i4.3126>

*Assuming that the organizational culture generates expectations of behavior in organizations, the theme of this work is part of the field of study of human resources management and presents a theoretical and empirical approach that aims to analyze possible theoretical weaknesses caused by the negligence of the impact of organizational culture on the composition of the Hofstede's cultural dimensions. The research method involves a descriptive analysis based on the results obtained in studies of three organizations: a financial cooperative, a bank and a hospital. The results suggest that organizational culture of a particular industry generates shared understanding and a common sense that influences the behaviors in the organizational environment. Therefore, organizational culture should be considered in Hofstede's cultural dimensions, which does not observe this aspect in their propositions.*

## STATE OWNED ORGANIZATIONS MANAGEMENT

### PUBLIC POLICIES AND ORGANIZATIONAL POLICIES FOR TRAINING ACADEMIC-MANAGER OF HIGHER EDUCATION

MILKA ALVES CORREIA BARBOSA, JOSÉ RICARDO COSTA MENDONÇA, FERNANDA RODA DE SOUZA ARAÚJO CASSUNDÉ

<http://dx.doi.org/10.21714/pretexto.v17i4.3513>

*In most cases, the current managers of education were not prepared to assume the role of manager in the higher education institutions (HEIs). Therefore, it was expected that there would be public policies (PP) and organizational policies (PO) aimed at developing managerial skills of higher education teachers. This study aimed to analyze public and organizational policies for the teachers training to the role of academic-manager. This study has adopted a predominantly qualitative perspective and data were obtained through documentary research. Data analysis showed a gap of public and organizational policies to train teachers for management from UNIVASF. Results point that without public and organizational policies related to teacher education with managerial skills, hardly the UNIVASF leaders would play well their role as academic manager.*

## TEACHING CASE

### THE PLATE LOST, WHAT NOW? THE CASE OF COMPANY PONTO CERTO COMPUTER EQUIPMENT

AMANDA PATERNO SBISSA, PATRINÊS APARECIDA FRANÇA ZONATTO, SIDNEI VIEIRA MARINHO, ANETE ALBERTON

<http://dx.doi.org/10.21714/pretexto.v17i4.3474>

*This teaching case presents the business strategies adopted by a small business electronic equipment, in a context of political interference, resulting from changes experienced at each change of its main customer management. The company named in this study as Ponto Certo, needed to reposition itself in the market with the impact of such changes. Situations like these are present in the daily lives of many companies, which, when they occur, need to position and align their business strategies forward to an organizational environment with great political, social, technological and cultural. In such cases, the major decisions related to these changes are borne by the owner or top manager of the organization, which aims at the growth and development of your company. The case enables the teacher to explore issues such as corporate strategy, organizational change and strategic decision making. After analyzing the situation presented, students are invited to discuss the role of the manager, proposing strategies for decision making. The case is finished with teaching notes and application suggestions in class.*